คู่มือเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสาร ของกระทรวงมหาดไทย

Hashtag

LOGO

Storytelling

คู่มือในการใช้งานเบื้องต้น

- การใช้ Hashtag
- การใช้ LOGO
- การจัดทำคลิปสั้น

จัดทำโดย กองสารนิเทศ สป.

สารบัญ

คู่มือเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารของกระทรวงมหาดไทย

File View Play Navigate Favorites Help

- คู่มือ Hashtag กลาง สำหรับใช้ประกอบงาน ด้านประชาสัมพันธ์ 1
- คู่มือ Logo สำหรับ ใช้ประกอบงาน ด้านประชาสัมพันธ์ 2
- คู่มือแนวทางการผลิต คลิปวิดีโอสั้นด้วย การเล่าเรื่อง (Storytelling) 3

HASHTAG

#บำบัดทุกข์บำรุงสุข

แฮชแท็ก (Hashtag) หรือ สัญลักษณ์ # ที่เราใช้ใน Facebook, Twitter, Instagram หรือใน Social Media คือ เครื่องมือที่ช่วยแยกข้อมูลประเภทเดียวกันให้อยู่ด้วยกัน

วิธีการใช้ #Hashtag

1. ต้องใช้ Hashtag บทโพสต์แบบสาธารณะ (Public)
2. ใส่ Hashtag ในบทความ หรือ ท้ายบทความ
3. ไม่สามารถใช้สัญลักษณ์ หรือ เครื่องหมายต่าง ๆ ได้
4. ควรใช้คำที่สั้น ๆ ง่ายต่อการจดจำ และต้องไม่เว้นวรรค
5. ไม่ควรใช้คำเฉพาะมากเกินไป เพราะจะทำให้ค้นหายาก
6. หากใช้ #Hashtag มากเกินไป จะทำให้ไม่น่าสนใจ และอาจถูกมองว่าเป็นสแปม

ประโยชน์ของ #Hashtag

เพียงแค่พิมพ์ **#สิ่งที่ต้องการหา** ก็จะทำให้เจอโพสต์ที่เกี่ยวข้องในช่องค้นหา นอกจากจะใช้เชื่อมโยงข้อมูลภายในแพลตฟอร์มนั้น ๆ แล้ว # สามารถช่วยในการโฆษณาและโปรโมตการตลาดด้วย

- ❑ ช่วยทำให้เกิดการรับรู้อย่างแพร่หลาย
- ❑ ช่วยสร้างกระแสให้เกิดกำลัง
- ❑ ช่วยสร้างการมีส่วนร่วม เช่น รีทวิต หรือการแชร์
- ❑ ช่วยสื่อสารได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย

แนวทางการใช้ Hashtag ของกระทรวงมหาดไทย

❖ **Hashtag ชื่อหน่วยงาน** **Hashtag ที่ต้องใช้: #กระทรวงมหาดไทย #MOI**

เช่น #กรมการปกครอง #DOPA #กรมการพัฒนาชุมชน #CDD #กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น ถ้ามี (ชื่อจังหวัด/อำเภอ/ตำบล)

❖ **Hashtag ภารกิจ โครงการ กิจกรรม หรือ เทศกาล** **Hashtag ที่ต้องใช้: ตามความเหมาะสม**

เช่น #อำเภอบำบัดทุกข์บำรุงสุข #หมู่บ้านยั่งยืน #ThaiD #แอปเรียกช่าง #สารานุกรมที่ดิน #รู้ทันภัยกับปภ #aortormarket #คลินิกน้ำเสีย #เรื่องเล่าจากชุมชน

❖ **Hashtag ค่านิยมขององค์กร (Brand Awareness)** **Hashtag ที่ต้องใช้: #บำบัดทุกข์บำรุงสุข #Changeforgood**

เช่น #บำบัดทุกข์บำรุงสุข #Changeforgood #พลังงานเพื่อวิถีชีวิตเมืองมหานคร #ประปาคุณภาพเพื่อชีวิตที่ดี #คำขวัญจังหวัด

❖ **Hashtag เพื่อการสร้างการรับรู้ในเวทีนานาชาติ** **Hashtag ที่ต้องใช้: #SDGTH**

เช่น #SDGlocalization #SDGTH #SEPforSDGs #SDGsforAll #worldsoilday #76จังหวัด76คำมั่นสัญญา

ตัวอย่าง

#กระทรวงมหาดไทย #บำบัดทุกข์บำรุงสุข #MOI #Changeforgood #SDGTH #หมู่บ้านยั่งยืน #เรื่องเล่าจากชุมชน #วันดินโลก #SDGlocalization #SEPforSDGs #Worldsoilday

หมายเหตุ: สีเข้ม คือ Hashtag ที่ทุกหน่วยงานต้องใช้ทุกครั้ง

กองสารนิเทศ กระทรวงมหาดไทย | Change for Good

LOGO

โลโก้ หรือ ตราสัญลักษณ์

โลโก้ เป็นคำยืมจากภาษาอังกฤษว่า logo แปลว่า เครื่องหมาย หรือ ตราสัญลักษณ์ ซึ่งบริษัทหรือองค์กรหนึ่งทำขึ้นเพื่อใช้ทางการค้าหรือการประชาสัมพันธ์ ด้วยการพิมพ์ไว้บนสินค้าหรือเอกสารเป็นต้นของหน่วยงานในภาษาไทย บางคนใช้คำว่า โลโก้ ตามความหมายในภาษาอังกฤษ แต่บางคนใช้ โลโก้ แทนสัญลักษณ์ของหน่วยงานเพื่อการประชาสัมพันธ์งานหรือกิจกรรมที่จัดขึ้นเท่านั้น

โลโก้ มักทำเป็นรูปสัญลักษณ์ที่แสดงลักษณะเด่นของสิ่งที่ต้องการประชาสัมพันธ์ให้ทราบ หรือใช้สัญลักษณ์แทนสิ่งที่ต้องการประชาสัมพันธ์ หากสัญลักษณ์นั้นเป็นที่รู้จักกันแพร่หลายแล้ว เช่น ห่วง 5 ห่วงเกี่ยวกัน เป็นโลโก้ของการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก โดยทั่วไป โลโก้เป็นรูปที่มีความหมายชัดเจน มีสี และรูปลักษณ์ที่จดจำง่าย และมีลักษณะเกี่ยวข้องกับสิ่งที่ต้องการประชาสัมพันธ์

ประโยชน์ของ LOGO

- ❑ จดจำได้ง่ายกว่า ข้อความ
- ❑ ใช้พื้นที่น้อยกว่า ข้อความ
- ❑ เป็นเอกลักษณ์ของหน่วยงาน
- ❑ สร้างการจดจำภารกิจของหน่วยงาน
- ❑ สร้างความรู้สึก และความเชื่อมั่นต่อองค์กร
- ❑ สามารถเข้าใจได้แม้ไม่รู้ภาษา

แนวทางการใช้ LOGO ของกระทรวงมหาดไทย

ตำแหน่งการวางโลโก้ที่เป็นที่นิยมมากที่สุด คือ มุมบนซ้ายหรือขวา เนื่องจากว่าเป็นจุดนำสายตาที่ผู้อ่านจะเห็นได้ก่อนเป็นอันดับแรก ๆ ซึ่งหากมีการจัดกิจกรรม หรืองานนิทรรศการ ขอให้มีโลโก้ หรือ ตราสัญลักษณ์ ที่เกี่ยวข้องปรากฏอยู่ในงานกิจกรรมด้วย

สามารถดาวน์โหลด ได้ที่ QR code นี้ หรือที่ลิงค์

https://drive.google.com/drive/u/3/folders/1q-NEF35aCkbq9tYRQEU5dw6M4e6lixJW

โลโก้ที่ขอความร่วมมือให้ให้ทุกหน่วยงานใช้

ตราพระราชสีห์

โลโก้ Change for Good

และเพิ่มโลโก้อื่น ๆ เช่น โลโก้หน่วยงาน โลโก้จังหวัด โลโก้งานกิจกรรม ตามความเหมาะสมของงานกิจกรรม

จัดทำโดย กองสารนิเทศ กระทรวงมหาดไทย

แนวทางการจัดทำ คลิปวิดีโอเล่าเรื่องราว (Storytelling) "เรื่องเล่าจากชุมชน"

รายละเอียดการจัดทำคลิปวิดีโอสั้น "เรื่องเล่าจากชุมชน"

- คลิปวิดีโอสั้น ความยาว 1 - 5 นาที
- ถ่ายทำโดยประชาชน/กลุ่มภาคีเครือข่ายในพื้นที่
- มีการอัพโหลดลงสื่อ Social Media ต่าง ๆ เช่น Facebook, TikTok, Youtube เป็นต้น
- กำหนดให้ติดแฮชแท็ก **#เรื่องเล่าจากชุมชน และ #มหาดไทย** เป็นแฮชแท็กหลัก

หมายเหตุ:

- ผู้จัดทำคลิปสามารถพิจารณาติดแฮชแท็กอื่น ๆ ที่อยู่ในคู่มือแฮชแท็ก
- ที่จัดทำโดยกองสารนิเทศ สป. เพิ่มเติมได้ตามความเหมาะสม เช่น #บำบัดทุกข์บำรุงสุข, #กระทรวงมหาดไทย, #WorldSoilDay เป็นต้น
- ผู้จัดทำคลิปสามารถพิจารณาใส่โลโก้ที่อยู่ในคู่มือโลโก้ที่จัดทำโดยกองสารนิเทศ สป. เพิ่มเติมได้ตามความเหมาะสม เช่น โลโก้กระทรวงมหาดไทย, โลโก้ SDGs เป็นต้น

STORYTELLING คืออะไร ?

"การเล่าเรื่องด้วยวิธีที่ดึงเอาประสบการณ์ หรือความรู้ที่อยู่ภายในของผู้เล่าถ่ายทอดออกมาให้ผู้อื่นรับรู้ถึงความเป็นมา จุดพลิกผัน และการเปลี่ยนแปลงของเรื่องเล่า ทำให้ผู้รับข้อมูลทราบและเข้าใจเรื่องราวได้ง่ายขึ้น และเกิดจุดที่ประทับใจจากการได้รับรู้เรื่องเล่านั้น"

ตัวอย่างการเล่าเรื่อง (Storytelling) ผ่านคลิปวิดีโอ

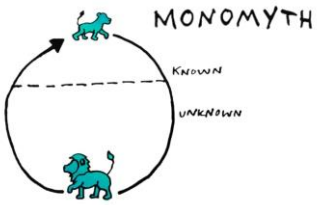
วิธีการ/เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) ให้น่าสนใจชวนติดตาม

8 เทคนิคการเล่าเรื่อง

๘ เทคนิคการเล่าเรื่อง (STORYTELLING)

๑. Monomyth (Hero's Journey)

การเล่าถึงการเดินทางของตัวละคร ที่ออกเดินทางแล้วพบกับประสบการณ์ที่ไม่คุ้นเคย จนได้เรียนรู้ และ หวนกลับคืนมาบอกเล่า ถึงประสบการณ์ทางปัญญา

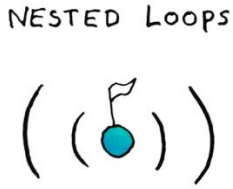


๒. The Mountain

การเล่าที่ค่อย ๆ สร้างอารมณ์ร่วมแล้วหักมุมแบบผิดคาดก่อนจบตอนไป ดึงดูดใจให้ผู้ฟังคอยติดตามในตอนต่อไป ก่อนจะเฉลยบทสรุปที่น่าพึงพอใจในภายหลัง

๓. Nested Loops

การเล่าแบบเปิดประเด็นแรกไว้ แล้วนำเสนอเรื่องอื่น ๆ จนตอนหนึ่ง จึงพบคำตอบบางอย่าง ที่ช่วยไขคำตอบต่างๆ ในประเด็นก่อนหน้า เป็นลีลาการเล่าที่มีชั้นเชิง มีอุปมาอุปไมย จบได้อย่างมีสีสัน

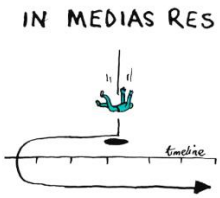


๔. Sparklines

การพูดเพื่อให้ผู้ฟังเกิดความหวัง ความตื่นเต้น แล้วให้ทำตามในสิ่งที่ตนเองต้องการ เป็นวิธีการที่ผู้เล่า จำเป็นต้องมีการบ่มเพาะเรื่องด้านในจิตใจมาก่อน เพราะจะส่งผลต่อสังคมในวงกว้าง

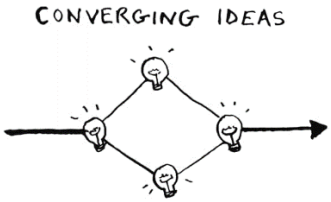
๕. In Medias Res

การเล่าโดยเอาท่อนกลางของเรื่อง ที่น่าสนใจมาเล่าก่อน ดึงดูดความสนใจได้เร็ว ผู้ฟังมีส่วนร่วมในการค้นหาคำตอบ ก่อนย้อนกลับไปเล่าแบบอรัมภบทมาใหม่ในแบบสั้น ๆ เพื่อให้ทันใจผู้ฟัง



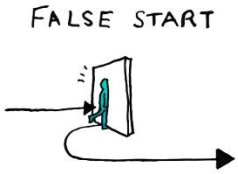
๖. Converging Ideas

การเล่าเรื่องราวของพลังกลุ่ม หลากหลายที่มา อาจจะหลากหลายเป้าหมาย แต่ก็มีหนึ่งมุมมองที่เห็นตรงกัน ทำงานร่วมกัน เน้นให้เห็นถึงเหตุแห่งการร่วมมือร่วมใจกัน



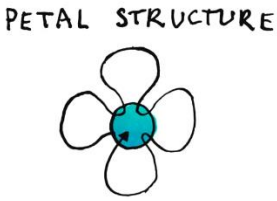
๗. False Start

การเล่าเรื่องความผิดพลาดตั้งแต่ต้นเรื่อง แสดงถึงวิธีการเล่าเรื่องแบบที่ยืดหยุ่น ให้เห็นถึงปัญหา จุดหักเห ที่นำไปสู่การแก้ไขในภายหลัง



๘. Petal Structure

การเล่าหลาย ๆ เรื่องต่อเนื่องกัน อาจแบ่งเป็นหลายกรณีศึกษา หรือ อาจใช้ผู้เล่าหลายคน โดยที่ทุกเรื่องมีส่วนสนับสนุน เชื่อมโยงสู่ใจความสำคัญเดียวกัน



ที่มา: *Ffion, L. (2015). The Seven Pillars of Storytelling. Bristol UK: Sparkol Books.*

(https://www.runwisdom.com/๒๐๑๙/๐๓/story-telling/)

HASHTAG

#บำบัดทุกข์บำรุงสุข

แฮชแท็ก **(Hashtag)** หรือ สัญลักษณ์ # ที่เราใช้ใน **Facebook, Twitter, Instagram** หรือใน **Social Media** คือ เครื่องมือที่ช่วยแยกข้อมูลประเภทเดียวกันให้อยู่ด้วยกัน

วิธีการใช้ #Hashtag

1. ต้องใช้ Hashtag บทโพสต์แบบสาธารณะ (Public)
2. ใส่ Hashtag ในบทความ หรือ ท้ายบทความ
3. ไม่สามารถใช้สัญลักษณ์ หรือ เครื่องหมายต่าง ๆ ได้
4. ควรใช้คำที่สั้น ๆ ง่ายต่อการจดจำ และต้องไม่เว้นวรรค
5. ไม่ควรใช้คำเฉพาะมากเกินไป เพราะจะทำให้ค้นหายาก
6. หากใช้ #Hashtag มากเกินไป จะทำให้ไม่น่าสนใจ และอาจถูกมองว่าเป็นสแปม

ประโยชน์ของ #Hashtag

เพียงแค่พิมพ์ **#สิ่งที่ต้องการหา** ก็จะทำให้เจอโพสต์ที่เกี่ยวข้องในช่องค้นหา นอกจากจะใช้เชื่อมโยงข้อมูลภายในแพลตฟอร์มนั้น ๆ แล้ว # สามารถช่วยในการโฆษณาและโปรโมตการตลาดด้วย

- ❑ ช่วยทำให้เกิดการรับรู้อย่างแพร่หลาย
- ❑ ช่วยสร้างกระแสให้เกิดกำลัง
- ❑ ช่วยสร้างการมีส่วนร่วม เช่น รีทวิต หรือการแชร์
- ❑ ช่วยสื่อสารได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย

แนวทางการใช้ Hashtag ของกระทรวงมหาดไทย

❖ **Hashtag ชื่อหน่วยงาน** **Hashtag ที่ต้องใช้: #กระทรวงมหาดไทย #MOI**

เช่น #กรมการปกครอง #DOPA #กรมการพัฒนาชุมชน #CDD #กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น ถ้ามี (ชื่อจังหวัด/อำเภอ/ตำบล)

❖ **Hashtag ภารกิจ โครงการ กิจกรรม หรือ เทศกาล** **Hashtag ที่ต้องใช้: ตามความเหมาะสม**

เช่น #อำเภอบำบัดทุกข์บำรุงสุข #หมู่บ้านยั่งยืน #ThaiD #แอปเรียกช่าง #สารานุกรมที่ดิน #รู้ทันภัยกับปภ #aortormarket #คลินิกน้ำเสีย #เรื่องเล่าจากชุมชน

❖ **Hashtag ค่านิยมขององค์กร (Brand Awareness)** **Hashtag ที่ต้องใช้: #บำบัดทุกข์บำรุงสุข #Changeforgood**

เช่น #บำบัดทุกข์บำรุงสุข #Changeforgood #พลังงานเพื่อวิถีชีวิตเมืองมหานคร #ประปาคุณภาพเพื่อชีวิตที่ดี #คำขวัญจังหวัด

❖ **Hashtag เพื่อการสร้างการรับรู้ในเวทีนานาชาติ** **Hashtag ที่ต้องใช้: #SDGTH**

เช่น #SDGlocalization #SDGTH #SEPforSDGs #SDGsforAll #worldsoilday #76จังหวัด76คำมั่นสัญญา

ตัวอย่าง

#กระทรวงมหาดไทย #บำบัดทุกข์บำรุงสุข #MOI #Changeforgood #SDGTH #หมู่บ้านยั่งยืน #เรื่องเล่าจากชุมชน #วันดินโลก #SDGlocalization #SEPforSDGs #Worldsoilday

หมายเหตุ: สีเข้ม คือ Hashtag ที่ทุกหน่วยงานต้องใช้ทุกครั้ง

UNDP Thailand
26 March at 17:04 ·

วันนี้โครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (#UNDP) ประจำ #ประเทศไทย ร่วมภารกิจลงพื้นที่สำรวจหมู่บ้านโก่งธนู จ.ลพบุรี #หมู่บ้านต้นแบบการพัฒนาอย่างยั่งยืน ร่วมกับ #กระทรวงมหาดไทย พร้อมด้วยคณะจาก United Nations Thailand สหประชาชาติ ประเทศไทย United Nations ESCAP UN Environment Programme เพื่อเรียนรู้ แลกเปลี่ยนแนวทาง #การบริหารชุมชนอย่างยั่งยืน ผ่าน 🥬🧑‍🌾🥦 การสร้าง #ระบบอาหารที่มั่นคงและปลอดภัย 🗑️♻️💧 การบริหารน้ำและการคัดแยกธนาคารขยะ #ลดโลกร้อน ตลอดจนการส่งเสริมอุตสาหกรรม #แฟชั่นผ้าไทย อย่างยั่งยืน 🧵🌱

81 3 39

Like Comment

กองสารนิเทศ
กระทรวงมหาดไทย | Change for Good

LOGO

โลโก้ หรือ ตราสัญลักษณ์

โลโก้ เป็นคำยืมจากภาษาอังกฤษว่า logo แปลว่า เครื่องหมาย หรือ ตราสัญลักษณ์ ซึ่งบริษัทหรือองค์กรหนึ่งทำขึ้นเพื่อใช้ทางการค้าหรือการประชาสัมพันธ์ ด้วยการพิมพ์ไว้บนสินค้าหรือเอกสารเป็นต้นของหน่วยงาน ในภาษาไทย บางคนใช้คำว่า โลโก้ ตามความหมายในภาษาอังกฤษ แต่บางคนใช้ โลโก้ แทนสัญลักษณ์ของหน่วยงานเพื่อการประชาสัมพันธ์งานหรือกิจกรรมที่จัดขึ้นเท่านั้น

โลโก้ มักทำเป็นรูปสัญลักษณ์ที่แสดงลักษณะเด่นของสิ่งที่ต้องการประชาสัมพันธ์ให้ทราบ หรือใช้สัญลักษณ์แทนสิ่งที่ต้องการประชาสัมพันธ์ หากสัญลักษณ์นั้นเป็นที่รู้จักกันแพร่หลายแล้ว เช่น ห่วง 5 ห่วงเกี่ยวกัน เป็นโลโก้ของการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก โดยทั่วไป โลโก้เป็นรูปที่มีความหมายชัดเจน มีสี และรูปลักษณ์ที่จดจำง่าย และมีลักษณะเกี่ยวข้องกับสิ่งที่ต้องการประชาสัมพันธ์

ประโยชน์ของ LOGO

- ❑ จดจำได้ง่ายกว่า ข้อความ
- ❑ ใช้พื้นที่น้อยกว่า ข้อความ
- ❑ เป็นเอกลักษณ์ของหน่วยงาน
- ❑ สร้างการจดจำภารกิจของหน่วยงาน
- ❑ สร้างความรู้สึก และความเชื่อมั่นต่อองค์กร
- ❑ สามารถเข้าใจได้แม้ไม่รู้ภาษา

แนวทางการใช้ LOGO ของกระทรวงมหาดไทย

ตำแหน่งการวางโลโก้ที่เป็นที่นิยมมากที่สุด คือ มุมบนซ้ายหรือขวา เนื่องจากว่าเป็นจุดนำสายตาที่ผู้อ่านจะเห็นได้ก่อนเป็นอันดับแรก ๆ ซึ่งหากมีการจัดกิจกรรม งานนิทรรศการ ป้ายโครงการในพื้นที่ และการผลิตสื่อ ทั้งสิ่งพิมพ์ วีดิทัศน์ ขอให้มีโลโก้ หรือ ตราสัญลักษณ์ ที่เกี่ยวข้องปรากฏอยู่ในงานกิจกรรมด้วย

สามารถดาวน์โหลด ได้ที่ QR code นี้ หรือที่ลิงค์

https://drive.google.com/drive/u/3/folders/1q-NEF35aCkbq9tYRQEU5dw6M4e6lixJW

โลโก้ที่ขอความร่วมมือให้ให้ทุกหน่วยงานใช้

ตราพระราชสีห์ โลโก้ Change for Good

และเพิ่มโลโก้อื่น ๆ เช่น โลโก้หน่วยงาน โลโก้จังหวัด โลโก้งานกิจกรรม ตามความเหมาะสมของงานกิจกรรม

จัดทำโดย กองสารนิเทศ กระทรวงมหาดไทย

แนวทางการจัดทำ
คลิปวิดีโอเล่าเรื่องราว (Storytelling)
"เรื่องเล่าจากชุมชน"

รายละเอียดการจัดทำคลิปวิดีโอสั้น "เรื่องเล่าจากชุมชน"

- คลิปวิดีโอสั้น ความยาว 1 - 5 นาที
- ถ่ายทำโดยประชาชน/กลุ่มภาคีเครือข่ายในพื้นที่
- มีการอัพโหลดลงสื่อ Social Media ต่าง ๆ เช่น Facebook, TikTok, Youtube เป็นต้น
- กำหนดให้ติดแฮชแท็ก **#เรื่องเล่าจากชุมชน และ #มหาดไทย** เป็นแฮชแท็กหลัก

หมายเหตุ:

- ผู้จัดทำคลิปสามารถพิจารณาติดแฮชแท็กอื่น ๆ ที่อยู่ในคู่มือแฮชแท็ก ที่จัดทำโดยกองสารนิเทศ สป. เพิ่มเติมได้ตามความเหมาะสม เช่น #บำบัดทุกข์บำรุงสุข, #กระทรวงมหาดไทย, #WorldSoilDay เป็นต้น
- ผู้จัดทำคลิปสามารถพิจารณาใส่โลโก้ที่อยู่ในคู่มือโลโก้ที่จัดทำโดยกองสารนิเทศ สป. เพิ่มเติมได้ตามความเหมาะสม เช่น โลโก้กระทรวงมหาดไทย, โลโก้ SDGs เป็นต้น

STORYTELLING คืออะไร ?

"การเล่าเรื่องด้วยวิธีที่ดึงเอาประสบการณ์ หรือความรู้ที่อยู่ภายในของผู้เล่าถ่ายทอดออกมาให้ผู้อื่นรับรู้ถึงความเป็นมา จุดพลิกผัน และการเปลี่ยนแปลงของเรื่องเล่า ทำให้ผู้รับข้อมูลทราบและเข้าใจเรื่องราวได้ง่ายขึ้น และเกิดจุดที่ประทับใจจากการได้รับรู้เรื่องเล่านั้น"

ตัวอย่างการเล่าเรื่อง (Storytelling) ผ่านคลิปวิดีโอ

วิธีการ/เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) ให้น่าสนใจชวนติดตาม

8 เทคนิคการเล่าเรื่อง